

# SOCIAL MEDIA STRATEGIE

HandARbeit

FLORISTIK, GESCHENKE, GEMÜSE, FRÜCHTE, EIER & VIELES MEHR

# INHALT

03

Über handARTbeit

04

Zielgruppe

05

Social Media Ziele

06

Content Strategie

07 - 11

Design

12 - 13

Launch Strategie

# HandARTbeit

FLORISTIK, GESCHENKE, GEMÜSE, FRÜCHTE, EIER & VIELES MEHR

REGIONALITÄT

SAISONALITÄT

FRISCH

HandARTbeit ist ein liebevoll geführter Selbstbedienungsladen auf dem Land. Angeboten werden frisches Gemüse, Früchte, saisonale Blumen und hausgemachte Produkte wie Konfitüre, Kräutersalze und mehr – alles regional produziert und mit großer Sorgfalt verarbeitet.

Der Laden lebt von seiner Persönlichkeit, seiner Nähe zur Natur und dem Vertrauen der Kund:innen. Neben dem Hofverkauf bietet die Betreiberin auch individuelle Blumenarrangements für Anlässe wie Hochzeiten an.

# ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe von HandARTbeit ist lokal und werteorientiert. Sie legt Wert auf Regionalität, Qualität und Nachhaltigkeit.

## FAMILIEN

- > aus der Region
- > schätzen frische, saisonale Produkte

## JUNGE ERWACHSENE & PARRE

- > konsumieren bewusst
- > saisonale und regionale Ernährung ist ihnen wichtig

## DIY-AFFINE MENSCHEN

- > lassen sich gerne inspirieren
- > haben ein Händchen für Dekorationen

## FLORISTIK-INTERESSIERTE

- > beim Planen von Anlässen (z.B. Hochzeiten, Geburtstage)

# SOCIAL MEDIA ZIELE

BEKANNTHEIT

VERTRAUEN

PRODUKTE

COMMUNITY

KUNDENBINDUNG

# 3-STUFEN



# DESIGN

Natürlich & ehrlich – mit einem Hauch Vintage

## FARBEN

> Naturtöne: Grün, Beige, Erdtöne

## BILDSPRACHE

- > Authentisch
- > Hell
- > Atmosphärisch

## SCHRIFTEN

> Logo: *blackout serif regular*

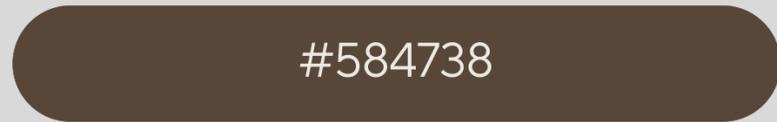
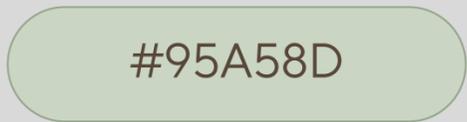
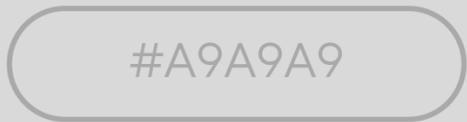
> HEADLINES: AMATIC SC

> Texte: Poppins ExtraLight

## TONALITÄT

- > Persönlich
- > Herzlich
- > Natürlich
- > Schriftsprache

# DESIGN FARBEN

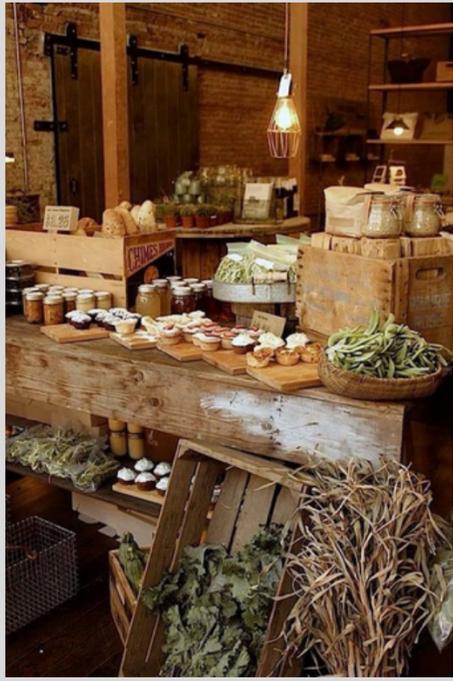


# DESIGN SCHRIFTEN

Logo – blackout serif regular

HEADLINES: AMATIC SC

Texte: Poppins ExtraLight



# DESIGN TONALITÄT

## CHARAKTER

- > herzlich & nahbar – wie ein Gespräch auf dem Hof
- > natürlich & ehrlich – keine aufgesetzte Werbesprache
- > inspirierend & warm – wie ein guter Tipp von einer Freundin

## WORTWAHL & STIL

- > alltagstauglich & freundlich – komm vorbei, frisch geerntet für dich
- > aktiv & einladend – entdecke, lass dich inspirieren
- > kleine persönliche Elemente – wir freuen uns auf deinen Besuch
- > Begriffe aus dem Landleben & der Natur – blühen, einmachen, frisch vom Feld

## BEISPIELTEXTE

- > “Heute früh geerntet & schon für dich bereit 🌿”
- > “Liebst du Kräutersalz so sehr wie wir? Dann wirst du diese Mischung mögen.”
- > Regional und saisonal einkaufen war noch nie so schön. Komm vorbei.”

# START & LAUNCH

15.MAI 2025

- > Reel als Rundgang durch den Laden
- > HERO - Content

INFOS

- > Post zu Öffnungszeiten & Infos

ZIEL

- > Profil wirkt nicht leer = gefüllt mit Mehrwert
- > Verbindung zwischen Information & Emotion
- > Aufbau visueller Stil und Storytelling Rythmus

# MAI 2025

# LAUNCHPLAN

DATUM	THEMA	FORMAT	KATEGORIE	NOTIZEN
FR, 16.05	RUNDGANG HOFLADEN	REEL & STORY	HERO	
SA, 17.05	INFO-POST ZU ÖFFNUNGSZEITEN	BEITRAG	HYGIENE	
DO, 29.05	KÜRBISSE SETZEN	CAROUSEL & STORY	HUB	IM HIGHLIGHT "GEMÜSE"

# HandARbeit

FLORISTIK, GESCHENKE, GEMÜSE, FRÜCHTE, EIER & VIELES MEHR